

# Маркетинг

**Маркетинг** — социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей, как отдельных индивидов, так и общественных групп посредством создания, предложения и обмена товаров и услуг.

## **Основные функции маркетинга:**

- планирование;
- организация;
- координация;
- мотивация;
- контроль.

# Цель маркетинга.

**Целью современного маркетинга** является не продажа товара или услуги любым способом (включая обман покупателя), а удовлетворение потребностей клиентов.

**Цель маркетинга** — привлекать новых клиентов, обещая им высшую потребительскую ценность, и сохранять старых клиентов, постоянно удовлетворяя их меняющиеся запросы.

**Маркетинг** — это социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные лица и группы лиц удовлетворяют свои нужды и потребности благодаря созданию товаров, обладающих потребительской ценностью и обмена ими.

- нужда — чувство необходимости удовлетворения основных потребностей  
потребности и запросы — специфическая форма удовлетворения человеческих нужд;
- спрос — потребность в определенных товарах, выраженная в способности человека их приобрести;
- товар и услуги;
- удовлетворенность потребителя;
- обмен — акт приобретения некоего желаемого товара на нечто предлагаемое другой стороной;
- сделка;
- рынок.

## **Основные задачи маркетинга:**

- Исследование, анализ и оценка нужд реальных и потенциальных потребителей продукции фирмы в областях, интересующих фирму.
- Маркетинговое обеспечение разработки новых товаров и услуг фирмы.
- Анализ, оценка и прогнозирование состояния и развития рынков, на которых оперирует или будет оперировать фирма, включая исследование деятельности конкурентов.
- Разработка ценовой политики фирмы.
- Участие в формировании стратегии и тактики рыночного поведения фирмы, включая разработку ценовой политики.
- Сбыт продукции и услуг фирмы.
- Коммуникации маркетинга.
- Сервисное обслуживание.
- Формирование ассортиментной политики фирмы.